

Lahden seudun joukkoliikennelautakunta

Päätöspäivämäärä 11.02.2025 § 10

Lahden kaupunki, Lahden seudun joukkoliikennelautakunta, 11.02.2025

§ 10

Joukkoliikenteen viestintä- ja markkinointisuunnitelma 2025

331/07.01.00.00/2025

Asian valmistelija / lisätietojen antaja

Viestintä- ja markkinointisuunnittelija Minna Immonen p. 044 416 3902

Päätös

Päätösehdotus hyväksyttiin.

Esittelijä

Kaupungininsinööri Lastikka Mika

Päätösehdotus

Lahden seudun joukkoliikennelautakunta päättää hyväksyä joukkoliikenteen viestintä- ja markkinointisuunnitelman vuodelle 2025.

Perusteluosa

Lahden seudun liikenteelle laaditaan vuosittain markkinointi- ja viestintäsuunnitelma.

Joukkoliikenteen viestintä on tiedottamista ajankohtaisista asioista ja muutoksista. Iso osa työstä on selkeän informaation luomista joukkoliikennepalveluiden käytöstä, mikä helpottaa asiakkaan matkustuskokemusta. Viestintä suuntautuu usein jo olemassa oleville matkustajille ja sidosryhmille. Markkinoinnilla puolestaan tavoitellaan myös uusia joukkoliikenteen käyttäjiä.

Suunnitelmallisella, pitkäjänteisellä ja vuosi vuodelta kasvatetulla työllä pyritään myös vaikuttamaan asukkaiden joukkoliikennettä koskeviin

arvoihin, asenteisiin sekä mielikuviin ja sitä kautta luomaan joukkoliikenteelle positiivista nostetta ja kasvattamaan matkustajamääriä.

Vuoden 2025 viestinnässä ja markkinoinnissa korostuu kehitystyö. Asiakastuntemusta lisätään toteuttamalla asiakastutkimus. Tutkimuksessa tunnistetaan käyttäjäryhmät, muodostetaan asiakasprofiilit ja selvitetään, mihin osa-alueisiin panostamalla päästään kohti hyväksyttävänä olevan strategian tavoitetta eli 50 % matkustuksen ja lipputulosten kasvua vuoteen 2035 mennessä.

Lisäämällä asiakastuntemusta voidaan kohdentaa markkinoinnin resursseja asiakasryhmille, joissa on saavutettavissa matkustuksen kasvua.

Asiakastutkimusta seuraa brändiuudistuksen käynnistäminen ja asiakastutkimuksessa tunnistettuja pääkohderyhmiä puhuttelevan brändikonseptin luominen yhdessä valitun kumppanin kanssa. Brändikonsepti toimii pohjana kaikelle viestinnälle, markkinoinnille ja visuaaliselle identiteetille.

LSL:n visuaalinen ilme päivitetään brändikonseptin mukaiseksi vaiheittain. Päivitys tehdään harkitusti ja kestävästi. Muutokset nykyiseen ilmeeseen ovat näkyviä, mutta hallittuja. Uusi ilme otetaan käyttöön vuodesta 2026 alkaen eri kanavissa ja materiaaleissa, taloudellinen kestävyys huomioiden.

LSL:n kotisivut sijaitsevat samassa verkkoympäristössä Lahden kaupungin sivujen kanssa. Selvitetään myös verkkosivujen kehitystarpeita ja jatkokehityksen suunnittelu pidetään mukana brändiuudistustyössä.

Vuonna 2025 muodostetaan myös kokonaiskuva somealustojen trendeistä ja tulevaisuudesta. Laaditaan selvitys sosiaalisen median potentiaalista Lahden seudun liikenteen viestinnässä ja markkinoinnissa huomioiden vaadittavat resurssit ja kohderyhmät.

Tuetaan asiakaspalvelua tekemällä yhteistyössä Lahti-Pisteen kanssa perehdytyspaketti Lahden seudun liikenteestä uusien työntekijöiden perehdyttämisen tueksi.

Kartoitetaan vuoden aikana matkustajainformaation (verkko- ja mobiilipalvelut, matkustamonäytöt, pysäkinäytöt ja -julistet sekä aikataulutulosteet) kehitystarpeet ja tehdään toimenpiteille toteutussuunnitelma. Toteutetaan nopeimmin tehtäviä kehitystoimenpiteitä jo vuoden 2025 aikana.

Vuonna 2025 Lahden kaupunki viettää Kestävän liikkumisen teemavuotta. Vuoden kunniaksi edistetään joukkoliikennelipun ja tapahtuman pääsylipun yhdistävän tapahtumalipun myyntiä ja markkinointia. Myynnin tukena ovat viestinnän ja markkinoinnin luomat materiaalit.

Osana teemavuotta pyritään myös kasvattamaan työmatkaetua tarjoavien yritysten määrää ja yritysmyyntiä. Lisätään yritysten tietoisuutta työmatkalipusta ja toteutetaan aiheesta kampanja myös suoraan kuluttajille heidän tietoisuutensa lisäämiseksi.

Maalikuussa jatketaan elokuussa 2024 alkanutta Bussibongarit-mainoskampanjaa mainoksen talviversiolla. Mainos julkaistaan televisiossa, suoratoistopalvelussa sekä digitaalisena bannerimainontana.

Käteisen poistumisesta maksutapana LSL:n busseissa tiedotetaan matkustajia ja samalla nostetaan esille muita maksutapoja. Elo-syyskuussa jatketaan pitkien kausilippujen myynninedistämistä kampanjan muodossa.

Lempi-palveluliikenteessä otetaan käyttöön tilaussovellus ja selaintilaus.

Waltti Solutions Oy:n toteuttamista lippu- ja maksujärjestelmien uusista ominaisuuksista tiedotetaan. Uudistuksia myös markkinoidaan, jos ominaisuus voi lisätä tuotteen käyttöä tai lippujen myyntiä.

Joukkoliikenteen viestintää ja markkinointia tehdään monikanavaisesti digitaalisissa kanavissa, sosiaalisessa mediassa, printissä, tapahtumissa ja ulkomainontana.

Yllä olevien toimenpiteiden lisäksi viestintä- ja markkinointi pitää sisällään runsaasti niin sanottua päivittäistyötä: viestiminen poikkeuksista liikenteessä, aikataulukausien vaihtumisiin liittyvät toimenpiteet, kotisivujen ylläpito, Facebook-viestintä, sidosryhmille muutoksista tiedottaminen ja ohjeistaminen, uutiskirjeiden koostaminen, markkinointimateriaalin tuottaminen, päivittäminen ja jakelu, pysäkkijulisteiden tekeminen sekä viestinnän ja markkinoinnin hankinnat.

Viestinnän kohderyhmä on laaja, kattaen lapset, nuoret, aikuiset, opiskelijat, seniorit sekä vieraskieliset päijäthämäläiset ja alueella vierailevat kävijät.

Työtä leimaa monen asian yhtäaikainen eteneminen ja viranomaisesta riippumattomista syistä tapahtuvat muutokset. Suunnittelussa on varauduttava siihen, että ennalta suunniteltu toimenpide voi jäädä sivuun yllättävän tapahtuman tai äkillisen muutostilanteen vaatiessa nopeaa reagointia. Viestintä- ja markkinointisuunnitelmaa muokataan tarvittaessa vuoden aikana.

Markkinointiin ja viestintään käytettävä summa sisältyy joukkoliikenteen vuosittaisiin toimintakuluihin. Vuonna 2025 viestintään ja markkinointiin on varattu 200 000 euroa. Vuonna 2024 viestintään käytettiin noin 181 000 euroa (jakautuu eri kustannuspaikkoihin).

Viestintä- ja markkinointisuunnitelmaa esitellään tarkemmin kokouksessa.

Muutoksenhaku

Muutoksenhakukielto

Lahden seudun joukkoliikennelautakunta

Päätöspäivämäärä 11.02.2025 § 10

Toimenpiteet

Ote: toimivalta-alueen kunnat